

LE BREVI

BIOLOGICO. In Italia aumentano consumatori e giro d'affari nel canale off-trade. Ma c'è un gap informativo. La ricerca Nomisma per Federbio e Assobio

Metà dei consumatori italiani di vino ha avuto almeno un'occasione di consumare un prodotto biologico nell'ultimo anno, con una percentuale in netta crescita rispetto 2015, quando era al 17%, ma anche rispetto al 2018 quando era al 41%. Un allargamento della cosiddetta "consumer base", evidenziato nell'indagine Indagine Nomisma-Wine Monitor per Federbio e Assobio (su 800 consumatori italiani di vino) che evidenzia le potenzialità del comparto. A partire dal fatto che **ben l'86% dei wine user bio è disposto a riconoscere un differenziale di prezzo per i vini biologici**. I canali preferiti rimangono i per e supermercati (46%), seguiti da enoteche (19%), acquisti diretti dal produttore/in cantina (15%) e dai negozi alimentari specializzati in prodotti bio (10%), mentre l'online è all'8%, continua a crescere in valore (+13,4% nel 2021, a 900mila euro, pari al 2% del fatturato) e spunta prezzi più alti del 10% rispetto al vino bio in super e ipermercati. In generale, i vini bio spuntano prezzi al litro superiori del 30% rispetto ai vini non biologici. Tra i fattori chiave nelle scelte d'acquisto degli italiani nel food & beverage ci sono la sostenibilità (29%) e lo specifico riferimento al marchio bio (27%).

Silvia Zucconi, responsabile market intelligence di Nomisma, parla di un chiaro interesse del consumatore: "Il 32% degli attuali wine user bio sarebbe intenzionato ad accrescere il consumo attuale se l'assortimento venisse ampliato (gamma più profonda, grandi marchi che introducono referenze a marchio bio oppure presenza nei negozi di scaffali dedicati ai soli prodotti bio). La richiesta di avere informazioni aggiuntive sul vino bio, indicata dal 54% dei non user, è indice di alto interesse nei confronti di vino bio". Va anche detto che sia tra gli user sia tra chi non beve bio c'è necessità di avere maggiori informazioni, per valutare valori e caratteristiche dei prodotti: tra gli user, ben 1 su 3 lamenta di non avere informazioni sufficienti e la quota sale al



54% tra chi non ha mai consumato vino bio.

Nello scenario europeo, l'Italia (117mila ettari vitati con metodo bio) detiene, con la Francia, il primato per incidenza di superficie vitata biologica: 18% del totale. Ma la concorrenza è agguerrita: in un decennio, le superfici bio in Italia sono cresciute del 125% (2020 vs 2010) contro il +129% degli spagnoli e ben il +171% dei francesi. "In questo momento storico" afferma il presidente di AssoBio, **Roberto Zanoni** "è proprio quello vinico-

Top 5 vini bio off-trade

TIPOLOGIA	VALORE (mln €)
Prosecco	5,0
Nero d'Avola	2,9
Montepulciano d'Abruzzo	2,6
Pecorino	1,9
Chianti	1,7

fonte: Nomisma-Wine Monitor per Federbio e Assobio

lo il settore dove il biologico italiano eccelle, sia per l'incremento dei terreni dedicati ai vigneti, sia per la forte crescita delle esportazioni". "La forza dei vini italiani" aggiunge **Maria Grazia Mammuccini**, presidente di Federbio "è la denominazione d'origine che unita al metodo sostenibile fa davvero la differenza. La conversione al biologico rappresenta quindi un'opportunità straordinaria".

E sui mercati esteri, le potenzialità sono ampie. In Uk (quinto mercato per consumi di vino al mondo), il 29% dei consumatori pensa che i vini bio saranno tra i trend di consumo dei prossimi 2/3 anni. La quota sale al 35% in Cina e, addirittura, al 46% negli Stati Uniti, dove "un consumatore su 3, ovvero 65 milioni di persone, beve vini bio", conclude **Emmanuel Di Faustino**, senior project manager di Nomisma.

Federvini, Uiv e Comité vins presentano la U-label

Sviluppata in 24 lingue, l'etichetta elettronica (u-label) fornirà ai consumatori tutte le indicazioni nutrizionali e la lista degli ingredienti dei vini. Presentata a Vinitaly in un evento congiunto organizzato da Federvini, Unione italiana vini e Comité vins, la piattaforma (sviluppata assieme a Spirits Europe) prevede il rilascio di un qr code per ciascun prodotto registrato. **Una volta che il consumatore avrà inquadrato il codice con lo smartphone, potrà accedere alle informazioni organolettiche e nutrizionali del prodotto, ai messaggi sul consumo responsabile e all'etichettatura ambientale degli imballaggi (vedi articolo "Il vino europeo sperimenta l'etichetta elettronica")**

Le associazioni dell'industria del vino intendono sia anticipare il rispetto delle scadenze comunitarie (obbligo dal 2023) sia agevolare l'interazione tra produttori e consumatori. Inoltre, come hanno sottolineato sia Vittorio Cino (Federvini) sia Paolo Castelletti (Uiv), l'etichetta elettronica pone il settore all'avanguardia nel comparto agroalimentare e sarà anche un mezzo efficace per veicolare messaggi legati al bere moderato. "La digitalizzazione" ha concluso Ignacio Sanchez Recarte (segretario generale del Ceev) "è la nuova frontiera della comunicazione".